



28. Januar 2013

Vorschläge des Hochschulrats zur Steigerung der
Attraktivität der Universität Trier im Hinblick auf die
Master-Studiengänge

In den letzten Jahren hat die Universität Trier im Rahmen des Bologna-Prozesses ein differenziertes und attraktives Angebot an Master-Studiengängen entwickelt. Die aktuellen Studierendenzahlen in diesen Studiengängen zeigen, dass im Interesse der weiteren guten Entwicklung der Universität Trier die Notwendigkeit besteht, gezielt für diese Studiengänge zu werben. Die Hinweise auf die Attraktivität der vorhandenen Master-Studiengänge und Maßnahmen der Attraktivitätssteigerung erscheinen auch deshalb notwendig, weil angesichts der mit sinkenden Studierendenzahlen verbundenen demographischen Entwicklung voraussichtlich auch alle anderen Universitäten entsprechende Maßnahmen ergreifen werden.

Wichtige Aspekte der weiter notwendigen Verbesserung der bestehenden Master-Studiengänge sind die Verbindung von wissenschaftlichem Studium und dem Bezug zur späteren beruflichen Praxis, die Berücksichtigung von Schlüsselqualifikationen, die Forschungsbezogenheit der Angebote, die Internationalisierung. Einerseits sind fachübergreifende und interdisziplinäre Konzepte von besonderer Attraktivität, andererseits sind ausgezeichnete disziplinäre Leistungen die Voraussetzung für eine nachhaltige Interdisziplinarität.

Der Hochschulrat hat sich in einer Arbeitsgruppe unter Beteiligung von Vertretern einzelner Fachbereiche mit der Thematik beschäftigt, wie die Attraktivität der Universität Trier, insbesondere im Hinblick auf die Master-Studiengänge, weiter verbessert werden kann. Er hat sich dabei an der Machbarkeit der vorgeschlagenen und weiter zu diskutierenden Maßnahmen orientiert und ist sich bewusst, dass es viele weitere Möglichkeiten gibt, die angestrebten Ziele zu erreichen und dass neben der Universitätsleitung insbesondere die Fächer und die Fachbereiche gefordert sind, aus ihrer besonderen Kompetenz heraus diese vorzuschlagen und umzusetzen.

Der Hochschulrat regt an:

1. das Profil der Universität Trier durch die Konzentration auf bestimmte Schwerpunkte von Forschung und Lehre zu schärfen. Profildomänen sollten von den Fachbereichen der Universität vorgeschlagen, festgelegt und in den nächsten Jahren systematisch weiter entwickelt werden,
2. den Internetauftritt der Universität zielgruppenorientiert zu überarbeiten und dabei sicherzustellen, dass die Informationen auch in englischer Sprache zur Verfügung gestellt werden. Die Angebote der Universität sollten internetorientiert zur Verfügung gestellt werden,
3. ein Aktionsprogramm zu entwickeln, um gute Bachelor-Absolventen für ein Masterstudium in Trier zu halten,
4. die Bezeichnungen der Master-Studiengänge sowie der Fächer und Fachbereiche auf deren Aussagekraft für solche Studierenden zu überprüfen, die sich für ein Master-Studium interessieren,

5. bei zurückgehenden Studierendenzahlen berufsbegleitende Studiengänge und Weiterbildungs-Master einzuführen, die das vorhandene Angebot ergänzen,
6. Forschungskontakte und Kooperationen zu fördern und ebenso wie hervorragende Forschungsprojekte besonders herauszustellen. Gleiches kann für gute Ergebnisse in anerkannten Rankings gelten,
7. die Weiterentwicklung der Internationalität durch fremdsprachige Angebote zu forcieren sowie der Europa-Profilierung besondere Aufmerksamkeit bei der Entwicklung in einzelnen Fachbereichen zu schenken,
8. das Beratungsangebot für die Studierenden zu überprüfen, es weiter zu strukturieren und insbesondere möglichst schlanke Strukturen zu schaffen, die eine zügige Beantwortung von Anfragen und Entscheidungen ermöglichen,
9. englischsprachige Master-Studiengänge zu entwickeln und zu bewerben,
10. die Zugangsvoraussetzungen zu den Master-Studiengängen unter Beachtung der wissenschaftlichen Inhalte und der Studierfähigkeit der Bewerberinnen und Bewerber so flexibel zu gestalten, dass auch Quereinsteigern und Berufstätigen ein Zugang ermöglicht wird,
11. die Einschreibung in die Master-Studiengänge sowohl im Sommersemester als auch im Wintersemester zu ermöglichen, um eine Abwanderung der Studierenden zu verhindern,
12. die akademischen und beruflichen Einstiegsmöglichkeiten und Perspektiven, die sich für die Studierenden nach den Master-Studiengängen ergeben, soweit dies möglich ist, darzustellen und werbend auf sie hinzuweisen,
13. ein Marketing-Konzept für die Universität Trier zu entwickeln und die dafür notwendigen Voraussetzungen zu schaffen,
14. an Master-Messen teilzunehmen und entsprechende Angebote gemeinsam mit anderen Universitäten - etwa in der Großregion - zu entwickeln,
15. künftig in jedem Jahr einen "Master-Tag der Universität Trier" zu veranstalten, wie er bereits erfolgreich durchgeführt wurde,
16. die Möglichkeit der Promotion nach Abschluss des Master-Studiengangs aufzuzeigen und werbend hervorzuheben,
17. die bereits vorhandene Werbung der Fachbereiche und Fächer für die Master-Studiengänge zu überprüfen und bei der Gestaltung weitgehend auf ein einheitliches Auftreten hinzuwirken,

18. die Master-Studiengänge in besonderer Weise und teilweise unabhängig von den Bachelor-Studiengängen zu bewerben,
19. neben den Werbemitteln für die inländischen Studierenden auch solche für die ausländischen Studierenden zu entwickeln,
20. in Zusammenarbeit mit der Stadt Trier die guten Standortmerkmale der Stadt und der Universität herauszuarbeiten und werbend zu verwenden.

Darüber hinaus regt der Hochschulrat an, dass die Leitung der Universität die Fachbereiche bittet, ihre Vorstellungen hinsichtlich der Steigerung der Attraktivität im Hinblick auf die Master-Studiengänge zu erarbeiten bzw. weiterzuentwickeln, um diese in einem strukturierten Gesamtkonzept bevorzugt berücksichtigen zu können.